

# 音樂串流平台 – 連接亞太地區千禧世代的黃金門票？

最新的研究發現，使用音樂串流應用程式可能是最有效的方式來接觸和影響亞太地區的千禧世代，**JOOX** 現時正處於一個領先的位置能幫忙營銷人員連接這批千禧世代

串流音樂正逐漸在亞太地區形成一個大型市場，現時該地區的互聯網用戶使用手機音樂串流的比例領先其他地區。

亞太地區不僅有許多收聽串流音樂的人，跟據益普索(Ipsos) 最新的 Media Atlas 研究顯示，他們對營銷人員而言是一個非常強大的對象群組。

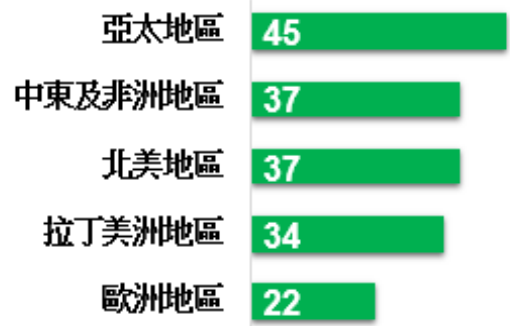
喜歡收聽串流音樂和現場音樂的人比那些不喜歡的人更為年輕。平均 10 年的年齡差異導致他們在意願和心態方面產生了明顯的分別：

例如，在香港有 52% 收聽音樂串流的人會向朋友和家人表達他們的購買情況，而沒有收聽串流音樂的人則只有 32%。

研究還表示，與沒有收聽串流音樂的人相比，收聽串流音樂的人更喜歡緊貼最新的流行趨勢，願意承擔更多風險，也會用特別的東西來獎勵自己 - 即使是很昂貴的。

他們也認為花更多錢來換取更高品質是值得的，並且願意為環保產品或者保持自己的健康而花費更多。

圖示 4  
互聯網用戶於過去一個月用手機播放音樂串流的比例 (%)



Source: GlobalWebIndex.

圖示 5  
收聽串流音樂的人與沒有收聽的人的比較



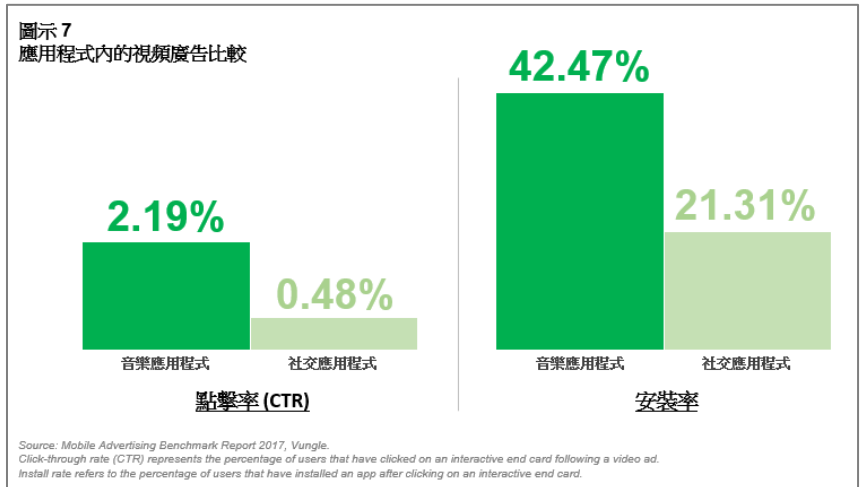
Source: Ipsos Media Atlas Hong Kong. Annual release up to Q3 2017. Amongst respondents aged 12 to 29.

## 音樂串流應用程式的力量

串流應用程式展現出令人印象深刻的品質：

音樂應用程式的廣告平均點擊率（CTR）為 2.19%，比社交應用程式的廣告平均點擊率高 4.6 倍。

此外，所有音樂應用程式的平均安裝率為 42.47%，而所有社交應用程式的平均安裝率僅為 21.31% - 這僅僅是音樂應用程序平均的一半。



音樂串流應用程式現在還可以根據用戶收聽的歌曲和播放列表選項來識別用戶的情緒變化；憑藉豐富的實時數據，再加上手機中可能提供的位置數據，音樂串流平台在未來應該更能夠將廣告推向特定目標用戶。

這將會幫助廣告推向一個新的水平 - 一個目標明確，高效能，有影響力而且可能是一對一的廣告。

## JOOX 成為亞太地區領先的音樂串流應用程式

自三年前（2015 年 1 月）推出服務後，JOOX 現已成為香港，印尼，馬來西亞和泰國下載次數最多的音樂串流應用程式。

為着重保持與當地消費者息息相關，JOOX 於各地設立當地的專家團隊來監控趨勢並以策劃播放列表和直播形式播出內容。

每週四天自家製作的本地廣播 – 此為國際性公司不一定會投資的。因此，JOOX 逐漸成為這個行業的參考對象，並讓用戶了解最新趨勢。

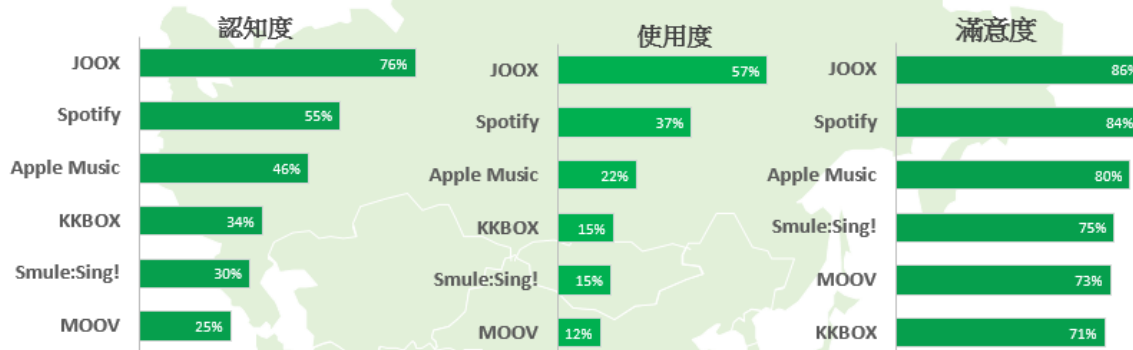
**圖示 6**  
iOS 及 Google play 上的熱門應用程式

馬來西亞			印尼		
	JOOX	#9		JOOX	#14
	Sing! by Smule	#16		Sing! by Smule	#15
	Spotify	#35		Spotify	#84
泰國			香港		
	JOOX	#5		JOOX	#9
	Sing! by Smule	#54		Spotify	#28

Source: App Annie, annual data up to December 2017.  
Figures shown are the rankings (#) for individual music streaming apps that could make it to the top 100 free downloaded apps. Figures in brackets are actual download figures.

JOOX 把自己定位為多媒體娛樂應用程式，並提供高度本地化的用戶界面以增強用戶參與度。例如，在聽音樂時播放歌詞（其他音樂應用程式並不支援所有語言），令用戶能進一步了解歌曲內容及其歌手。用戶還可以使用卡拉 OK 功能，錄製他們的歌曲並通過社交媒體或通信應用程式與朋友分享。

JOOX在認知、使用及滿意度上領先其他音樂應用程式



Source: Apps Study by Ipsos, Feb 2018. Amongst respondents aged 15 to 29 in Hong Kong, Thailand, Malaysia and Indonesia who have done at least one of the following activities in the past 30 days: listened to live music/ streaming music or watched live/ streamed music videos. Sample size n=1200.

## 亞太地區串流音樂前景非常樂觀

JOOX 是這個快速增長市場的領導者：亞太地區的數位音樂收入按年增長 18.7%，而串流音樂收入則有 45.6% 的增長（來源：IFPI Global Music Report 2017）。

串流音樂的收入預測數據顯示至 2018 年底可能達到 13.8 億美元。

與此同時，串流音樂的預計使用率將會每年增長 15.3%，至 2020 年用戶總數將達至 8 千 700 萬大關。

串流音樂的收入預計將會持續增長。於 2020 年，串流音樂的收入將會佔亞太地區數位音樂收入的四分之三。（來源：Deloitte）。

JOOX 憑藉優厚的條件，引領市場快速增長，並連繫一班非常有吸引力的群組。它能使音樂串流應用程式成為各品牌投放廣告的渠道之一，以便它們能於亞太地區瞄準這批千禧世代。

可透過以下網址下載完整報告：

<https://www.ipsos.com/en-hk/targeting-millennials-using-music-streaming-apps>

## 關於益普索

益普索(Ipsos)是全球領先的市場研究集團，於1975年成立於法國巴黎，1999年在巴黎上市，是全球唯一由研究專業人士擁有並管理的市場研究集團。益普索(Ipsos)於2011年10月收購思緯(Synovate)，成為全球第三大國際市場研究公司。

目前擁有約16,000名員工，5,000多個客戶，每年在全球87個國家和地區開展超過7千萬次的訪問、執行100,000多個項目。

益普索(Ipsos)預測市場趨勢，協助客戶建立洞察市場潛力。我們預測市場、測試廣告、研究數字時代的多媒體渠道，並探究全球範圍的公眾輿論導向。

益普索(Ipsos)在六大研究領域為客戶提供專業的洞察和服務：廣告與品牌研究，客戶滿意度與忠誠度研究，營銷研究，媒介研究，公共事務研究，以及調研管理服務。

如欲進一步認識益普索，請瀏覽 <https://www.ipsos.com/en-hk>

